

# Xerox and the Vision Quest

TheCaseSolutions.com

## Perché la Customer Satisfaction

Nel periodo 1980/1989 Xerox aveva tre priorità: Return on Assets (ROA), Market Share, e Customer Satisfaction. La scelta dell'impresa di puntare in particolare sulla CS fu condizionata da particolari condizioni di mercato:

- Mercato delle stampanti estremamente competitivo;
- Presenza di 23 differenti imprese;
- Principali competitor (Kaminokoda, Sharp, Ricoh);
- Progressiva perdita della quota di mercato dal 1980 al 40% degli anni '80

Questa scelta era fondata su un cambiamento strategico in quanto si ha un passaggio da una visione incentrata sulla VENDITA a GM a una visione incentrata sul CLIENTE.

TheCaseSolutions.com



TheCaseSolutions.com

## Garanzia

PERFORMANCE GUARANTEE: La nostra scelta ricade su questo tipo di garanzia per i seguenti motivi:

- è coerente con la nostra top priority: Customer Satisfaction
- è in linea con le preferenze emerse nei Focus Group per quanto riguarda i tempi (3 anni)
- è preferita dai Key Account (Ex.6 Preferences)
- è in grado di soddisfare in modo eccellente anche i clienti da medi-piccoli volumi a differenza dei nostri competitor (Ex.6 Preferences)
- è percepita come maggiormente credibile dai Customer Segments (Ex.6 Believability)



## Obiettivi



**STRATEGY:** "Leadership through quality"  
**VISION:** The industry leader in all aspects of customer satisfaction  
**GOALS:** Exceed all Xerox's Customers and key stakeholders in all business areas  
 To be recognized as the industry benchmark in customer satisfaction in all business areas

- External: To exceed competitive benchmarks for CS in all major business areas  
 - Internal: Xerox products should meet customer requirements and exceed competitive benchmarks in quality

The vision and goals must be communicated systematically through each level in the organization to ensure understanding, capability and commitment.

TheCaseSolutions.com

## Azioni di Customer Satisfaction

Sfidelizzare i componenti del leader nella CS diretta correlata con i clienti

Attivare un comportamento proattivo del dipendente

- Customer Satisfaction Training

Customer Relations Group: contribuire nella qualità, i tempi e obiettivi per una risposta rapida e migliorare la fidelizzazione del cliente

Performance Targetto facile:

- Migliorare i rapporti con i clienti e dipendenti

- Migliorare i processi di raggiungimento e obiettivi di CS

Altre azioni:

- Servizio al cliente post vendita

- Customer complaint management system

- Implementare: assistenza tecnica, informativa e telefonica

**IMPATTO POSITIVO:** La percezione di clienti soddisfatti è aumentata significativamente per tutti i segmenti di riferimento

TheCaseSolutions.com

# Xerox and the Vision Quest

TheCaseSolutions.com

## Perché la Customer Satisfaction

Nel periodo 1980/1989 Xerox aveva tre priorità: Return on Assets (ROA), Market Share, e Customer Satisfaction. La scelta dell'impresa di puntare in particolare sulla CS fu condizionata da particolari condizioni di mercato:

- Mercato delle stampanti estremamente competitivo;
- Presenza di 23 differenti imprese;
- Principali competitor (Kaminokota, Sharp, Ricoh);
- Progressiva perdita della quota di mercato dal 1980 al 40% degli anni '80

Questa scelta era fondata su una chiara mentalità strategica in quanto si ha un passaggio da una visione incentrata sulla VENDITA a GM a una visione incentrata sul CLIENTE.

TheCaseSolutions.com



TheCaseSolutions.com

## Garanzia

**PERFORMANCE GUARANTEE**: La nostra scelta ricade su questo tipo di garanzia per i seguenti motivi:



- è coerente con la nostra top priority: Customer Satisfaction
- è in linea con le preferenze emerse nei Focus Group per quanto riguarda i tempi (3 anni)
- è preferita dai Key Account (Ex.6 Preferences)
- è in grado di soddisfare in modo eccellente anche i clienti da medi-piccoli volumi a differenza dei nostri competitor (Ex.6 Preferences)
- è percepita come maggiormente credibile dai Customer Segments (Ex.6 Believability)



## Obiettivi



**STRATEGY**: "Leadership through quality"  
**VISION**: The industry leader in all aspects of customer satisfaction  
**GOALS**: 100% of Xerox's Customers are very satisfied in all areas;  
To be recognized as the industry benchmark in customer satisfaction in

- External: to exceed competitive benchmarks for CS in all major business areas
- Internal: Xerox products should meet Customer requirements and exceed competitive benchmarks in quality

The vision and goals must be communicated systematically through each level in the organization to ensure understanding, capability and commitment.

TheCaseSolutions.com

## Azioni di Customer Satisfaction

Sfidelinare i dipendenti del leader nella CS diretta con i clienti

Attivare un comportamento proattivo del dipendente

Customer Satisfaction Training

Customer Relations Group: contribuire nella vendita, ingegneri e obiettivi per una risposta rapida e migliorare la fidelizzazione del cliente

Addebiatone Esperto facile:

Programma di gestione del cliente: Manager e Dipendenti

Migliori premi e riconoscimenti di raggiungimento & obiettivi di CS

Altre azioni:

- Servizio al cliente post vendita
- Customer complaint management system
- Implementazione: assistenza tecnica, informativa e telefonica

**IMPATTO POSITIVO**: La percezione di clienti soddisfatti è aumentata significativamente per tutti i segmenti di riferimento

TheCaseSolutions.com

# Perchè la Customer Satisfaction

Nel periodo 1980/1986 Xerox aveva tre priorità: Return on Assets (ROA), Market Share, e Customer Satisfaction. La scelta dell'impresa di puntare in particolar modo sulla CS fu condizionata da particolari condizioni di mercato:

- Mercato delle stampanti estremamente competitivo;
- Presenza di 23 differenti imprese;
- Principali competitor (Canon, Kodak, Sharp, Ricoh);
- Progressiva perdita della quota di mercato: dal 100% del 1960 al 40% degli anni '80

Questa scelta evidenzia un cambiamento strategico in quanto si ha un passaggio da una visione incentrata sulle VENDITE e QM a una visione incentrata sul CLIENTE.



# Obiettivi



STRATEGY: "Leadership through quality"

VISION: The industry leader in all aspects of customer satisfaction

GOALS: 100% of Xerox's Customers are very satisfied or satisfied;

To be recognized as the industry benchmark in customer satisfaction in all business areas:

- External: to exceed competitive benchmarks for CS in all major business areas
- Internal: Xerox products should meet customer requirements and exceed competitive benchmarks in quality

The vision and goals must be communicated systematically through each level in the organization to ensure understanding, capability and commitment.

**TheCaseSolutions.com**

# Azioni di Customer Satisfaction



Sottolineare l'importanza dei Leader nella CS: diretto contatto con i clienti

Assicurare un comportamento proattivo dei dipendenti

- Customer Satisfaction conduct
- Customer Satisfaction training

Customer Relations Group: costituite nelle sedi centrali, regioni e distretti per una risposta rapida e migliore alle lamentele dei clienti

Potenziare l'aspetto locale:

- Maggiore responsabilità per Manager e Dipendenti
- Maggiori premi e riconoscimenti al raggiungimento di obiettivi di CS

Altre azioni:

- Servizio di supporto post vendita
- Customer complaints management system
- Potenziamento assistenza tecnica, informativo e telefonico

**TheCaseSolutions.com**

**IMPATTO POSITIVO:** La percentuale di clienti soddisfatti è aumentata significativamente per tutti i segmenti di riferimento



PERFORMANCE GUARANTEE : La nostra scelta ricade su questo tipo di garanzia per i seguenti motivi:

- è coerente con la nostra top priority: Customer Satisfaction
- è in linea con le preferenze emerse nei Focus Group per quanto riguarda i tempi ( 3 anni )
- è preferita dai Key Account (Ex.6 Preferences)
- è in grado di soddisfare in modo eccellente anche i clienti da medi-piccoli volumi a differenza dei nostri competitor (Ex.6 Preferences)
- è percepita come maggiormente credibile dai Customer Segments (Ex.6 Believability)

# Xerox and the Vision Quest

TheCaseSolutions.com

## Perché la Customer Satisfaction

Nel periodo 1980/1989 Xerox aveva tre priorità: Return on Assets (ROA), Market Share, e Customer Satisfaction. La scelta dell'impresa di puntare in particolare sulla CS fu condizionata da particolari condizioni di mercato:

- Mercato delle stampanti estremamente competitivo;
- Presenza di 23 differenti imprese;
- Principali competitor (Kaminokoda, Sharp, Ricoh);
- Progressiva perdita della quota di mercato dal 1980 al 40% degli anni '80

Questa scelta era fondata su una chiara mentalità strategica in quanto si ha un passaggio da una visione incentrata sulla VENDITA a GM a una visione incentrata sul CLIENTE.

TheCaseSolutions.com



TheCaseSolutions.com

## Garanzia

PERFORMANCE GUARANTEE: La nostra scelta ricade su questo tipo di garanzia per i seguenti motivi:

- è coerente con la nostra top priority: Customer Satisfaction
- è in linea con le preferenze emerse nei Focus Group per quanto riguarda i tempi (3 anni)
- è preferita dai Key Account (Ex.6 Preferences)
- è in grado di soddisfare in modo eccellente anche i clienti da medi-piccoli volumi a differenza dei nostri competitor (Ex.6 Preferences)
- è percepita come maggiormente credibile dai Customer Segments (Ex.6 Believability)



## Obiettivi



**STRATEGY:** "Leadership through quality"  
**VISION:** The industry leader in all aspects of customer satisfaction  
**GOALS:** Exceed all Xerox's Customers and key stakeholders in all business areas  
 To be recognized as the industry benchmark in customer satisfaction in all business areas

- External: To exceed competitive benchmarks for CS in all major business areas
- Internal: Xerox products should meet Customer requirements and exceed competitive benchmarks in quality

The vision and goals must be communicated systematically through each level in the organization to ensure understanding, capability and commitment.

TheCaseSolutions.com

## Azioni di Customer Satisfaction

Sfidelizzare l'impressione del leader nella CS diretta con i clienti

Attivare un comportamento positivo del dipendente

- Customer Satisfaction Training

Customer Relations Group: contribuire nella qualità, i tempi e obiettivi per una risposta rapida e migliorare la fidelizzazione del cliente

Performance Targetto facile:

- Migliorare i risultati del cliente "Manager e Dipendenti"
- Migliori premi e riconoscimenti di raggiungimento & obiettivi di CS

Altre azioni:

- Servizio al cliente post vendita
- Customer complaint management system
- Implementare: assistenza tecnica, informative e telefonica

IMPATTO POSITIVO: La percezione di clienti soddisfatti è aumentata significativamente per tutti i segmenti di riferimento

TheCaseSolutions.com